出版机构视频宣传片的传播变化

摘　要：商业化社会的发展使得营销手段有了多样的变化，而视频宣传片作为一种重要的营销手段，目前已经成为了出版机构进行产品宣传和品牌形象树立的重要工具。在现代化的发展中，互联网技术的应用范围在不断扩大，移动设备等的利用也在不断普及，而这些条件的丰富使得视频宣传片的内容、表现方式以及传播渠道都有了显著的变化。简言之，现代技术和设备的应用为出版机构的视频宣传片提供了更加有利的条件，而如何运用这些条件，实现宣传效果的最大化便是出版机构需要重点考虑的问题。本文对出版机构视频宣传片的传播变化进行分析探讨，目的是要让出版机构认识到传播的变化，从而利用变化优势进行自身的宣传。

关键词：出版机构；视频宣传片；传播变化
中图分类号：G239.23　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）08-048-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.08.014

■文 / 赵燕华

视频宣传片在完整地展示商品信息方面有着较为突出的优势，所以在目前的技术大发展情况下，越来越多的出版机构选择利用视频宣传片来进行商品的展示和自身品牌形象的打造。从过去到现在，技术在不断完善，理念在不断更新，设备应用也在不断地换代和更新，所以出版机构的视频宣传片传播也在不断的地发生着变化。掌握这种变化有利于把握变化的规律，从而由规律入手进行宣传成本等的控制，而要想掌握规律，需要对变化的内容以及方向进行详细的分析。基于此，研究并探讨出版机构视频宣传片的传播变化现实意义显著。

1. 宣传片概述

1.1 概念

宣传片指的是利用制作电视、电影的表现手法对企业内部的各个层面有重点、有针对、有秩序地进行策划、拍摄、录音、剪辑、配音、配乐、合成输出制作成片，进而声色并茂地凸现企业独特的风格面貌、彰显企业实力，让社会不同层面的人士对企业产生正面、良好的印象，从而建立对该企业的好感和信任度，并信赖该企业的产品或服务的视频短片。宣传片是目前宣传企业形象的最好手段之一。它能非常有效地把企业形象提升到一个新的层次，更好地把企业的产品和服务展示给大众，能非常详细说明产品的功能、用途及其优点，诠译企业的文化理念，所以宣传片已经成为企业必不可少的企业形象宣传工具之一。就目前的宣传片分析来看，根据其目的和宣传方式不同的角度来分可以分为企业宣传片、产品宣传片、公益宣传片、电视宣传片、招商宣传片。

1.2 制作

宣传片的制作过程相对而言较为复杂，根据目前的制作实践来看，要想完成一个宣传片的制作，需要经历 6 个环节的基本操作。第一是要进行业务沟通，主要指根据有关市场信息，进行和客户之间的内部交流，包括项目定位、内容、要求、制作精度、时间安排、预算等。第二是进行项目策划，主要指根据客户的要求，详细地做出拍摄时间、拍摄内容、拍摄计划、拍摄时会遇到的困难等策划书。第三是整体方案出炉，指的是向客户提供详细策划书，再进行讨论，修改策划中客户提出的要求。与客户最后确定项目定位、内容、要求、制作精度、时间安排、预算等。第四是现场拍摄；第五是后期包装合成，包括了粗剪、配音、特效、精剪工作等。最后是审核交片。

2. 视频宣传片对出版机构的作用

2.1 品牌形象的打造

视频宣传片对于出版机构的突出作用体现在品牌形象的打造方面。我国有“酒香不怕巷子深”的营销理论，说的是只要产品质量好，一定会被人熟知。这种理论在过去发挥着重要的价值，但是在目前的商业化时代，其适用性已经非常微弱。现阶段，商品同质化倾向愈加严重，要想在同类产品中脱颖而出，需要有完美的形象来吸引受众，视频宣传片正好就充当了这样一个向外扩展的窗口，企业通过视频展示自己的形象，观众通过视频了解企业情况，进而对其存有印象，所以说企业的品牌形象打造，后期要靠质量，但是在前期，必须要靠宣传。

2.2 市场占有率的提升

市场占有率的提升是视频宣传片对于出版机构的另一个突出作用。出版机构要想占有市场，需要社会大众对其产品有详细的认知，通过产品宣传视频短片，社会大众可以了解到产品的生产以及其加工的具体过程。有了全方位的了解，老百姓对于出版机构的产品会有全面的判断，在这种判断之

下进行产品的选择对于产品市场占有的意义显著。举个简单的例子，某出版机构在新产品面世之前做了大型的宣传活动，其中有商品视频宣传片，在宣传片的作用下，老百姓对产品的了解加深，所以在产品面世的时候进行了积极的购买，这种情况帮助企业实现市场占有率的提升。

2. 3 企业发展的促进

视频宣传片对于出版机构的第三个重要作用是可以促进企业的发展。就目前的分析来看，企业发展一方面是要实现自我的提升和进步，另一方面是要寻求外部环境的支持。在电子技术普遍发展的今天，传统的出版机构业务被消减了很大一部分，所以企业要发展自我，需要与外部进行强强联合。出版机构进行招商宣传片的制作，可以很好地展示自我的形象和价值，对于自我发展的决心和潜力也可以进行体现，这样可以吸引更多的外资进入到出版机构，资金的增加会实现出版机构发展阻力的减小，所以说宣传片对企业的发展有促进作用。

3. 出版机构视频宣传片的传播变化

在时代不断发展和技术不断进步的基础上，出版机构的视频宣传片发生了比较明显的变化，主要体现在以下三个方面。

3. 1 内容的变化

内容的变化是出版机构视频宣传片最显著的变化之一，从目前的资料分析结果来看，其突出的特点是内容由单一化开始向多角度进行发展。过去的出版机构在视频宣传片中体现的内容比较少，宣传片的时长等也比较短，随着技术的提升和视频制作成本的下降，现阶段的出版机构在视频宣传片的时长方面有了显著的增加，内容也在进一步扩展。举个简单的例子，某出版机构在 2012 年的时候，所做的视频宣传片只包括了产品宣传片和企业宣传片，宣传片的内容大都控制在 8 至 10 分钟左右。到了 2016 年年底的时候，随着我国公益事业的不断繁荣，企业积极地进行了公益宣传片和电视宣传片的制作，其时长都在 15 分钟左右。从这个内容和时长的变化来看，出版机构的视频宣传片内容在不断地丰富，时长在不断地增加。

3. 2 表现方式的变化

表现方式的变化也是出版机构视频宣传片较为显著的变化之一。对目前收集到的资料进行分析发现，宣传片的表现方式在不断丰富，整个片子的结构愈加饱满。举个简单的例子，某出版机构在 2011 年进行企业宣传片制作的时候，采用的是平铺直叙的表现手法，视频中直观地展现了出版机构的发展历史，整个片子的表现内容还算丰富，但是内容的层次递进性明显不足。在 2016 年，该企业重新进行企业宣传片制作的时候，采用了结构框架和故事倒叙的手法，在片子的开头，该企业就将自身的形象进行了完整的体现，之后，视频从三个方面对企业获得成果的原因进行了探究，由此引入了企业的历史。这种视频表现手法相比于平铺直叙而言更具感官的冲击力，对于观众的眼球吸音效果会更好。简言之就是表现方式的多样使得出版机构的视频宣传片在感染力和冲击力方面有了明显的提升。

3. 3 传播渠道的变化

在出版机构视频宣传片的变化中，第三个显著的变化是传播渠道的变化。这种变化对于视频宣传片的效果实现更加直接。在过去，由于媒体途径比较少，所以出版机构的视频宣传片可走的宣传渠道限制较多，过去的宣传片，基本都是走电视渠道，有一部分是进行网络宣传。随着网络的普及以及微信、微博等社交软件的火热，出版机构的视频宣传片可走的渠道更加多样化，宣传效果也有了明显的提升。举个简单的例子，在过去，出版机构视频宣传片只能走电视渠道的时候，收看该片的观众有 30 万，那么其宣传效果也就在这 30 万人群当中发酵，但是随着渠道的多样性变化，同样的一个片子，其在电视渠道的收看量是 20 万，在网络端的点击是 15 万，微博浏览量是 7 万，微信阅读量是 4 万，在不包括其他渠道的情况下，仅这四种渠道，宣传效果就有了明显的扩大。当然，这种宣传还是在不包括微博和微信转发的情况下。由此可见，传播渠道的变化对于出版机构视频宣传片的播放量影响有多巨大。

4. 结语

出版机构视频宣传片对于出版机构的形象宣传、产品推介以及进一步发展都有着重要的影响，所以深入地分析出版机构在视频宣传传播上的变化，了解其内在的发展规律，这对于把握视频宣传的真谛，强化其技术利用有着重要的意义。媒

参考文献

[1] 兰睿 . 出版机构视频宣传片的传播变化 [J]. 科技与出版，2014（12）：83–85.

[2] 曾文莉 . 社交媒体在体育宣传中的运用与规制 [J]. 北京体育大学学报，2015：30–34.

[3] 唐静，千宇宇 . 有效旅游传播及实例研究 [J]. 产业与科技论坛，2010（907）：56–57，63.

[4] 胡泊，唐亚男 . 全媒体语境下南阳城市形象片的制作与传播 [J]. 西部广播电视，2016（18）：77.

[5] 于桂军 . 企业新闻宣传与舆情管理的强化建议研究 [J]. 科技传播，2016（805）：69，78.

（作者单位：山东省立医院）